Estudando: Design Gráfico

Escolhendo a Cor Certa Para o Seu Projeto

Definindo as cores certas para um site ou blog: Como você pôde observar no significado de cada uma das cores, elas têm o poder de comunicar os valores e objetivos da empresa. Toda a comunicação da empresa, desde a marca às apresentações, materiais publicitários, site, blogs, etc., precisa ser bem pensada, uma vez que é fundamental ter coerência e transparência na mensagem que você pretende transmitir. Pense sempre no significado de cada uma das cores antes de utilizar na sua marca. Ela tende a refletir a forma com que o seu público vai se comunicar com seu serviço ou produto. Por isso, pode ser um diferencial competitivo em alguns casos.

A Cor Certa Para Vendas Online/Ecommerce: As cores sempre tiveram o poder de influenciar a decisão de compra nas empresas físicas. Nas lojas virtuais, o impacto é o mesmo: o cérebro humano cria associações e provoca determinadas sensações, de acordo com o que diz a psicologia das cores.

Os primeiros estudos sobre essa teoria tiveram início no ano de 1666, quando o físico Isaac Newton descobriu que a luz branca se transformava em inúmeras cores ao passar por um prisma. A partir de então, outros estudiosos se dedicaram a compreender a influência delas na nossa cultura e como somos invadidos por sentimentos de pureza, luto, paixão e esperança (entre tantos outros!) quando somos impactados pelas cores.

Rapidamente, esse potencial foi adaptado para as estratégias de marketing.

Dados extraídos a partir de diversas fontes e reunidos no infográfico *How Colors Affect Conversion Rate* da *Quicksprout*, apontam alguns números interessantes sobre o assunto:

a) Os anúncios coloridos são 26% mais reconhecidos pelos consumidores que suas versões em preto e branco

b) A cor também aumenta o reconhecimento de uma marca por parte dos consumidores em 80%

c) Entre as mulheres, azul, roxo e verde são as cores preferidas, enquanto que, para os homens, azul, verde e preto são as preferências

d) Laranja, castanho e cinzento são as cores que mais desagradam as mulheres, e castanho, laranja e roxo são as mais odiadas pelos homens

e) Outro dado importante revela que as cores também influenciam na percepção de preço por parte dos consumidores. O vinho, por exemplo, foi associado ao conceito de requinte, o preto a sofisticação, enquanto que o laranja foi ligado à ideia de preço baixo e justo.

f) Algumas cores também podem estimular sensações pouco agradáveis e devem ser evitadas. O cinza, por exemplo, foi associado à solidão e tristeza, e o castanho a aborrecimento.

A melhor cor para se fazer um banner: A melhor opção de tom para um banner e, consequentemente, o botão de call-to-action (chamada para ação) teremos que observar os seguintes detalhes:

a) Temos que ter em mente que não existe um único tipo de consumidor. Como cada personalidade reage de forma diferente a cada cor, a escolha deve ser feita com base no público que se deseja atingir.

b) As pessoas mais impulsivas, por exemplo, reagem melhor a cores como o azul, o laranja e o preto. Mas se o seu público-alvo está em busca de preços baixos, aposte em tons como azul escuro e verde.

c) Já os clientes mais tradicionais convergem mais com cores como rosa, azul claro e rosa escuro.

d) Use uma cor que combine, mas também contraste com as demais cores usadas no site e no fundo do botão;

e) Opte sempre por uma cor forte e sólida, que estimule uma reação nos consumidores;

f) Não esqueça de deixar uma margem de segurança ao redor do botão de compra. Além de garantir um visual mais limpo, essa técnica evidencia ainda mais o botão;

g) Cuidado também na escolha da cor do texto dentro do botão. O ideal é que ele contraste com a cor de fundo;

h) Além da cor, escolha com cuidado também o local onde o botão será posicionado.

Ele deve ter destaque na página e facilitar o clique.

Veja também este vídeo com uma explicação mais ampla e alguns exemplos de design e usos corretos das cores: